Economía para Rubias

Segunda Edición ©2012 Editorial Innisfree
ISBN: 978-1-4716-8977-2
©2011 Félix Moreno de la Cova
©2011 Isabel Sánchez-Bella
www.isabeloide.com/economia
@flix1 @Ed_Innisfree
reservados todos los derechos

editorial
INNISFREE

A todos los premios Nobel de Economía...

Índice

La Economía
Bienes
Valor Subjetivo
Utilidad Marginal
Coste de Oportunidad
Ahorro y Capital
Propiedad
Intercambio Directo o Trueque
Intercambio Indirecto
El Dinero
Precios
Competencia
Pérdidas y Ganancias
Conclusión
Lecturas

La Economía

La Economía es la ciencia que estudia la acción humana, el comportamiento de las personas encaminado a alcanzar unos fines utilizando los medios disponibles en un entorno de escasez. El fin último es la satisfacción de sus necesidades y deseos.

Meri se pone guapa con su kit de maquillaje para gustarle a Pedro

En el mundo real los medios son limitados, hay escasez.

Cuando los medios son infinitos, no hace falta pensar sobre ellos, ni escoger o tomar decisiones.

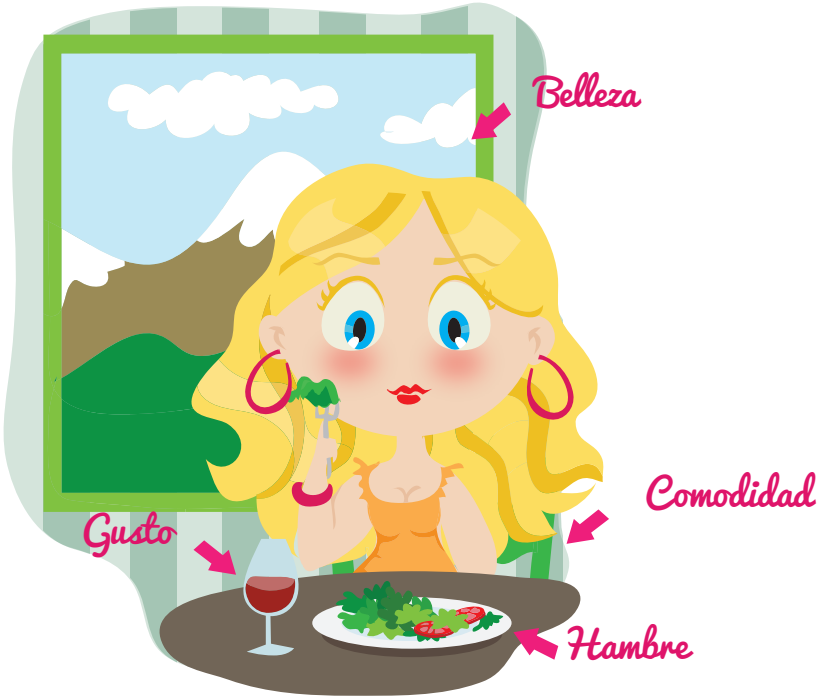
"Si Meri tuviese todos los zapatos del mundo en su armario mágico, nunca tendría que tomar una decisión económica"

Además el tiempo siempre
es escaso:

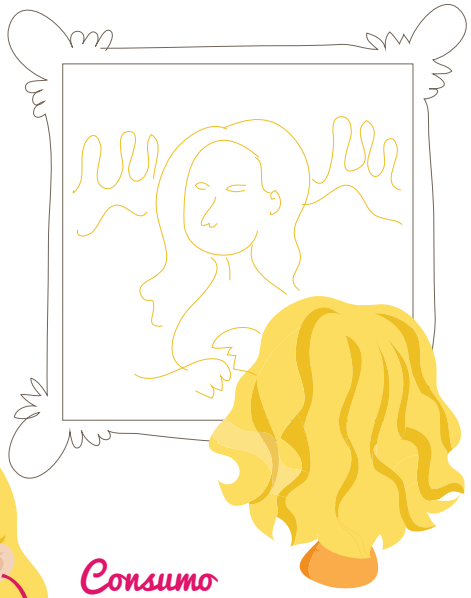
"Meri tendrá que decidir si prefiere ir a esquiar a Canadá, o cenar en París. No puede hacer las dos cosas a la vez"

Bienes

En economía se habla de bienes, que son aquellos objetos que sirven para satisfacer nuestros deseos y nuestras necesidades.

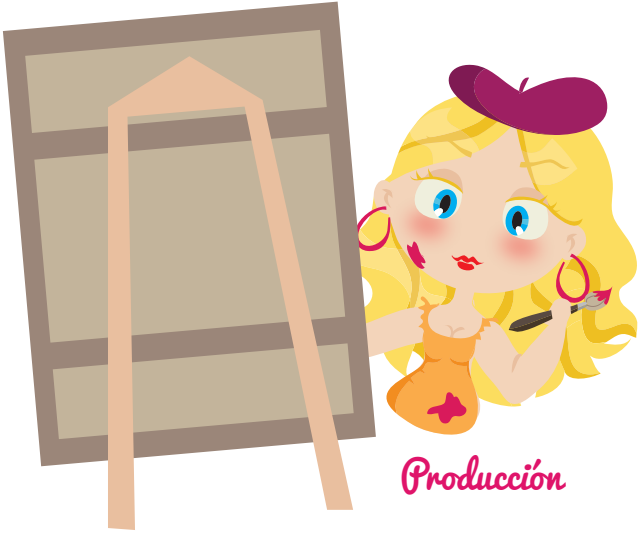


Pero no todos los bienes son iguales. Los economistas los clasifican según lo directamente que satisfacen nuestras necesidades. Aquellos bienes que nos proporcionan una satisfacción de forma más directa se llaman “bienes de consumo”, aquellos bienes que sirven para crear bienes de consumo se llaman bienes de producción y aquellos que sirven para crear bienes de producción se conocen como bienes de capital. Según lo alejado que está cada bien del consumo final, también se clasifican como bienes de 1º, 2º y 3º orden.



Consumo

Capital



Producción

Además los economistas definen los factores de producción en tres categorías: tierra, trabajo y capital.

La Tierra es cualquier cosa que nos da la naturaleza.

El Trabajo es el tiempo y esfuerzo que las personas invierten en crear algo.

El Capital son los bienes de producción y bienes de capital que hemos creado ya y podemos utilizar, en combinación con nuestro trabajo y con los recursos naturales, para crear cosas cada vez más complejas.

Valor Subjetivo

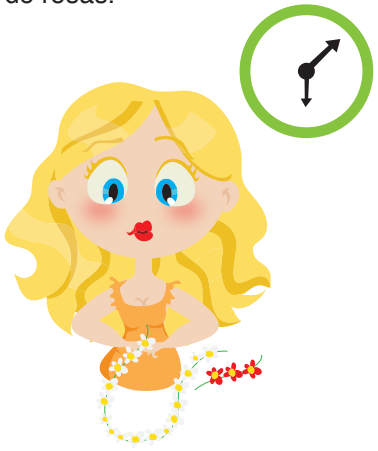
La economía es una ciencia social, no trata de cosas, ni de números, sino de personas y el valor que estas le dan a las cosas. El valor de un bien depende de las necesidades que cubre y la satisfacción que proporciona. Todos los bienes son medios y lo importante es el fin al que se pueden aplicar y lo importante que ese fin es para alguna persona. Un secador de pelo es un bien de consumo para Meri, pero el mismo secador en la luna no sirve para nada, ni puede considerarse un bien económico.

El valor que tiene el secador para Meri depende de la importancia relativa de la necesidad que satisface. Si Meri tuviese que elegir entre el secador de pelo y un rizador, realmente lo que tendría que decidir es si le importa más tener el pelo rizado o poder secárselo en 5 minutos.

"¿liso o rizado?"

El valor de los bienes económicos es subjetivo, depende de los gustos y necesidades de las personas que los usan. Algunos economistas llegaron a la conclusión de que como el factor de producción más importante es el trabajo, cuanto más esfuerzo y trabajo se dedica a un bien, más valor tiene este bien.

Meri dedica una hora a fabricar un collar de margaritas y en cinco minutos hace otro collar de rosas.



Como Meri dedicó más tiempo y esfuerzo al collar de margaritas, éste debería valer más que el de rosas siempre. Eso decía el famoso economista David Ricardo. Pero cuando Meri le ofrece a su amiga Inés uno de los dos collares, Inés prefiere el de rosas, y es que como escribió otro economista, Frédéric Bastiat, las personas atribuyen valor a las cosas en función de la satisfacción que producen. Esto se extiende también a los bienes de producción. El valor no depende del esfuerzo o tiempo, del coste, sino de la satisfacción que genere el bien de consumo que ese bien de producción es capaz de crear.

Si Meri tuviese que elegir entre una cafetera y un exprimidor de zumos, no importa que el exprimidor sea más fácil de fabricar que la cafetera o que lleve menos trabajo. Para Meri lo importante es la satisfacción que le da el producto final. A Meri le gusta mucho más el zumo que el café. Claro que si Meri tuviera una tarjeta de crédito mágica con fondos ilimitados podría comprarse las dos cosas ¡y toda la tienda! Pero recordemos que la economía estudia las decisiones en un entorno de escasez. Si no hay escasez, no hace falta elegir.

"¡Rosas! ¡Mis favoritas!"

Uno de los economistas más famosos de todos los tiempos, Adam Smith, no acabó de creerse lo que acabamos de contar. “Si lo importante es la satisfacción final -se preguntaba- ¿por qué los hombres prefieren los diamantes al agua?” Si el agua satisface la sed, y es necesaria para vivir y los diamantes sólo sirven como adorno, ¿cómo puede ser que le demos más importancia a algo frívolo que a una necesidad básica?

"¡Madre mía vaya pedrolo!"

Utilidad Marginal

La solución a la paradoja del diamante y el agua pasa por hacer una pregunta muy sencilla: ¿cuánto? Si Meri tuviese que escoger entre todos los diamantes del mundo y todo el agua del mundo, por supuesto que escogería el agua, o si no no viviría mucho tiempo para disfrutar de sus diamantes. Entre la necesidad de beber (y vivir) y la necesidad de adornarse con una piedra brillante, no hay duda. Pero en la vida real rara vez se plantean elecciones de todo o nada. Lo normal es que tengamos que escoger entre cantidades discretas de bienes. Es decir un número de unidades de agua o diamantes.

"¿Vale más un vaso de agua que un diamante?"

Carl Menger, un economista de Viena, fue el primero en plantear esta solución. Hizo aún más, formuló la Ley de Utilidad Marginal, que explica que cada unidad discreta de un bien vale tanto como la necesidad menos importante que satisface la última unidad, siempre que cada unidad sea perfectamente intercambiable. Por ejemplo: Meri tiene 5 cajas de bombones de chocolate. Le gusta mucho el chocolate así que las primeras dos cajas prefiere quedárselas. La tercera caja planea regalársela a su amiga Inés, a la que también le gustan mucho los bombones; la cuarta caja piensa regalársela a su vecina Annie. Y la quinta caja... la verdad es no sabe que hacer con ella, son muchos bombones.

¿Si Meri cambia una caja de bombones por una manzana, a qué satisfacción está renunciando? ¿a la más importante (comerse una caja de bombones), a la siguiente (comerse una segunda caja), a regalarle una caja a Inés? No. Meri está renunciando al menos importante de sus planes para los bombones. Por lo tanto está valorando una caja de bombones menos que una manzana; y como todas las cajas son iguales, ¿significa eso que siempre valora una caja de bombones menos que la manzana? tampoco.

¿A qué uso renunciaría Meri si cambia una caja?

Significa que la satisfacción que le daría la quinta caja es menos importante que la que puede darle la primera manzana. Es decir, el valor marginal de una caja de bombones más, cuando ya tiene cuatro, es menor que el valor de una manzana cuando no tiene ninguna.

Por lo tanto, repetimos, lo que da valor a cada unidad de un bien es la satisfacción que esa unidad adicional (o marginal) proporciona. Cuando todas las unidades son iguales ese valor marginal se extiende a todas las unidades. Pero es muy importante recordar que si cada unidad es diferente, el valor que se da a una de ellas no repercute sobre las demás.

Por ejemplo, Meri no renuncia a lo mismo si cambia sus sandalias que si cambia sus tacones verdes. La necesidad que satisfacen las sandalias (ir a la playa) no es la misma que la que satisfacen los tacones (salir por la noche). El valor que Meri dé a las primeras no implica nada sobre el valor que dé a los últimos.

No satisfacen la misma necesidad

La utilidad marginal sirve para valorar cantidades discretas de bienes homogéneos

Coste de Oportunidad

Cada vez que escogemos algo renunciamos a otras alternativas. El valor de los bienes de producción proviene de los bienes de consumo que producen. A su vez el valor de estos proviene de la necesidad o deseo que satisfacen. Pero como vimos antes, la cantidad o el grado importan. Meri adora la música y su gran amiga Inés le da a escoger, como regalo de cumpleaños, entre un i-Pod y una guitarra.

"Me encanta tocar, pero sólo tengo tiempo para tocar media hora a la semana"

"Con este reproductor podría escuchar mis canciones favoritas todos los días".

Si Meri escoge la guitarra renuncia a la oportunidad de escuchar música a cualquier hora. Esa opción perdida es el Coste de Oportunidad de su decisión. Aún así, en su escala de preferencias la satisfacción de tocar 2 horas al mes está por encima de escuchar 20 horas de música al mes, por lo tanto escogera la guitarra.

Pero resulta que después de recibir su guitarra ¡Meri descubre que es mucho más difícil de tocar de lo que ella pensaba! No sólo no podrá escuchar su i-Pod, sino que tampoco podrá tocar ninguna de sus canciones favoritas hasta dentro de meses, cuando haya aprendido lo suficiente, y es que las decisiones económicas siempre se toman con conocimiento incompleto, es decir en un ambiente de incertidumbre. Por lo tanto toda decisión basada en expectativas sobre el futuro conlleva un riesgo. En igualdad de condiciones, siempre preferirá la opción con menor riesgo.

Pero en la vida real no siempre se da la igualdad de condiciones (lo que los economistas llaman “ceteris paribus”), es por eso que las personas actúan de forma emprendedora cuando miden el riesgo, el coste de oportunidad y la ganancia potencial antes de tomar una decisión.

Cuando la elección es equivocada se obtiene una pérdida empresarial, cuándo se acierta se obtiene una ganancia (o beneficio). Las pérdidas y ganancias transmiten información que nos permite aprender, adquirir experiencia y tomar futuras decisiones de forma más acertada. Son las personas que toman riesgos y acometen empresas las que consiguen mejorar su situación y descubrir, inventar, crear, construir y en resumen progresar.

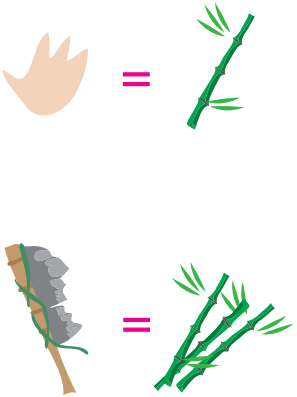
Toda empresa es incierta pero sólo se progresa afrontando riesgos.

Ahorro y Capital

Como vimos anteriormente para lograr nuestros objetivos nos servimos de distintos tipos de bienes. Los bienes de producción y los bienes de capital no satisfacen nuestros deseos directamente, sino que nos acercan a ellos sirviendo para producir bienes de consumo. Sólo merece la pena seguir esta ruta indirecta si es mejor o más eficiente en algún modo.

Meri tiene un oso panda al que quiere con locura. Todos los días Meri corta un tallo de bambú de su jardín para dar de comer a su osito, lo hace a mano y le ocupa todo el tiempo que tiene libre (por simplificar, digamos que una hora todos los días) por lo que no le queda mucho tiempo para jugar con su mascota.

Creando capital Meri aumenta su productividad



Pero entonces Meri tiene una idea: fabricará una sierra utilizando madera de bambú y piedras de su jardín. Gracias a este bien de producción podrá cortar bambú mucho más rápido. Pero como vimos en el capítulo anterior, toda decisión tiene un coste de oportunidad, y es que Meri tardaría toda su hora libre en fabricar la sierra, así que tendría que escoger entre un tallo de bambú hoy (si sigue cortándolo a mano) o tres tallos mañana. ¡Y mientras tanto su osito estaría pasando hambre y llorando!

La decisión dependerá de su preferencia temporal: ¿cuánto mejor es un tallo hoy que tres mañana? y de su tolerancia al riesgo: ¿Y si se equivoca y la sierra no funciona? Suponiendo que Meri esté muy segura de su idea y siga adelante con su plan, al día siguiente Meri tiene tres trozos de bambú, le da dos de comer al oso (que tiene mucha hambre) y le sigue quedando uno, es decir Meri ha ahorrado un tallo de bambú.

Ahora tiene varias posibilidades: puede tomarse el día siguiente libre para jugar, consumiendo sus ahorros, puede seguir ahorrando pero si el osito mañana se come uno y Meri corta tres, mañana tendrá 3 bambús ahorrados, en dos días tendrá 5, y puede arreglar y reforzar su sierra ya que ésta se desgasta y si nunca la arregla, consumirá su capital o puede fabricar otro bien de producción para cortar bambú aún más rápido.

Creando capital Meri sacrifica el bambú de hoy por más bambú mañana.

Gracias al ahorro y a la acumulación de capital aumentamos la productividad, lo cual a largo plazo nos permite vivir mejor y hacer más cosas con menos esfuerzo o en menos tiempo. Gracias a su capital acumulado Meri tiene la posibilidad de producir suficiente bambú no sólo para dar de comer a su osito, sino también para hacerle una cabaña, juguetes o muebles.

Con más productividad Meri podrá hacer más cosas y así tener contento a su osito

La proporción de bienes de consumo que estaremos dispuestos a no consumir inmediatamente y destinar al ahorro dependerá de nuestra preferencia temporal. En igualdad de condiciones, preferimos tener el tallo de bambú hoy que mañana. ¿A partir de cuantos tallos de bambú mañana estaremos dispuestos a sacrificar un tallo hoy?

Los grandes proyectos, especialmente si son arriesgados, sólo pueden acometerse con una base sólida de ahorro. Resulta que muy cerca del jardín de Meri, justo al otro lado de un rio, hay un inmenso bosque de bambú. Desde su jardín Meri ve que en el suelo hay cientos de tallos de bambú ya rotos, si pudiese llegar hasta allí no tendría más que recogerlos y podría alimentar a su oso casi sin esfuerzo, podrían pasarse todo el día jugando, hasta podría tener más osos. Pero ¿Cómo cruzar el rio?

Meri tiene la idea de fabricar un puente, pero calcula que necesitará 20 tallos de bambú y 10 días para montarlos. Si Meri nunca hubiese fabricado su sierra, el puente sería un sueño imposible (¡No podría dejar a su oso 30 días sin comer!). Por suerte gracias a su sierra, Meri es capaz de ahorrar 2 tallos al día, así que calcula que cuando tenga 30 ahorrados (en 15 días), 20 para el puente y 10 para que coma el oso mientras lo construye podrá comenzar a trabajar en su gran proyecto. Con este plan de trabajo Meri comienza a ahorrar: 2, 4, 6 trozos de bambú.

Meri tendrá que ahorrar para su gran proyecto. ¡Va a quedar ideal!

Un genio le regala a Meri 20 trozos de bambú, pero...

Pero imaginemos que al 5º día, cuando Meri ya ha ahorrado 10 trozos de bambú se le aparece un genio y le regala ¡los 20 trozos de bambú que le faltan! ¡Meri está feliz! Ahora podrá empezar a construir enseguida.

Pero lo que ella no sabe es que el genio es un tramposo y no le ha regalado troncos de bambú, ¡sino de papel pintados de verde! Impertérrita, Meri comienza a construir su puente.

Durante el tiempo que trabaja va gastando sus troncos: 3 al día. Dos para el puente, y uno para que coma el oso.

Cuando no han pasado ni 3 días, Meri descubre el engaño del genio, ¡y que se ha quedado sin troncos!

Lo peor de todo es que de los 10 troncos de verdad que tenía Meri, 2 se han estropeado al desmontarlos, así que ahora Meri está peor de lo que estaría si el genio no le hubiese gastado la broma. No sólo tendrá que volver a ponerse a ahorrar, sino que ha perdido un día entero de producción de bambú y varios días de trabajo.

La información falsa sobre los recursos disponibles para un proyecto lleva a errores graves; cuanto más tiempo dura el engaño peores son las consecuencias y mayores las pérdidas. Durante el tiempo que dura la ilusión todo parecen ventajas y Meri podría haber aumentado su consumo a la vez que aceleraba su producción, pero todo habría sido una burbuja insostenible.

El capital no puede crearse por arte de magia sino que debe estar basado en el ahorro real. Tampoco puede crearse ahorro falso mediante la impresión de dinero.

Los tallos de papel desaparecen y Meri tiene que volver a empezar.

+ Ahorro

+ Capital

+ Producción indirecta

+ Productividad

Propiedad

Tu Propiedad es el producto de tu esfuerzo, tiempo y talento. Son los recursos naturales que mediante tu trabajo conviertes en útiles para el ser humano. También son aquellos bienes propiedad de otras personas que éstas te traspasan voluntariamente, ya sea como parte de un intercambio o como regalo.

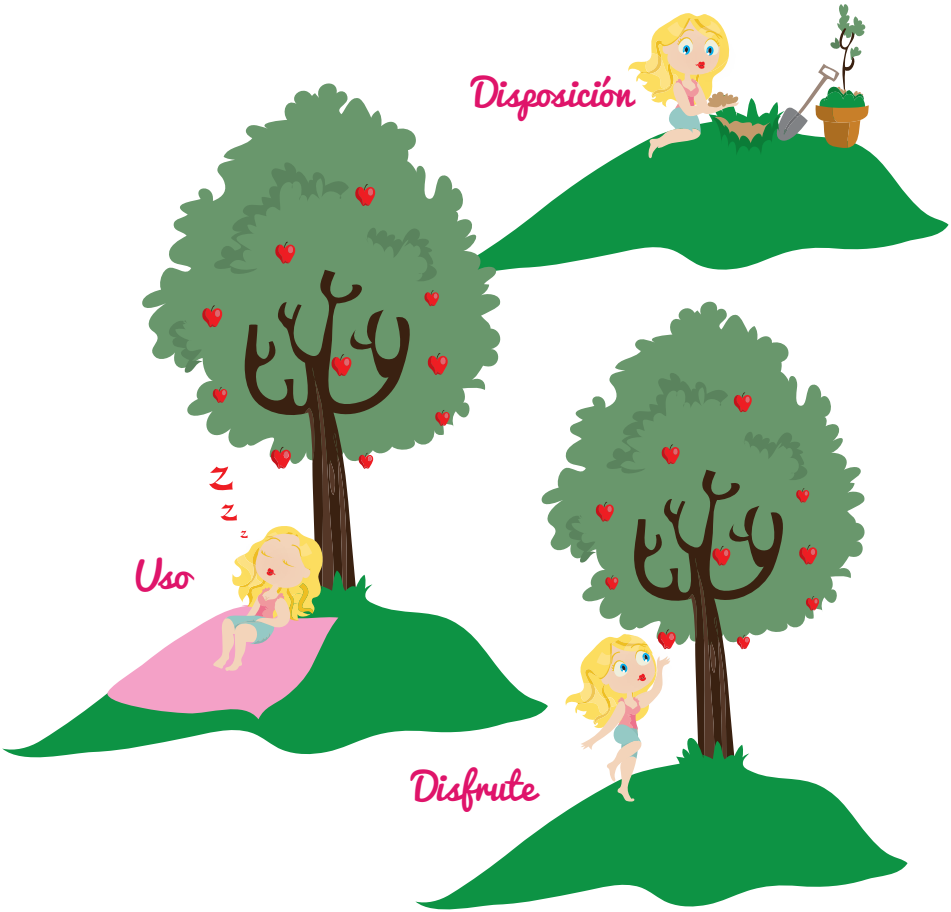
Las formas de adquirir la propiedad se resumen en dos tipos: el aprovechamiento de recursos naturales sin dueño (usucapión, ocupación, accesión) y la voluntad del anterior propietario (entrega, sucesión, donación).

Ocupación

Donación

El Derecho de Propiedad sobre una cosa consiste en el control efectivo de la misma y la facultad de excluir a otros. Esto se suele concretar en uso, disfrute y disposición. Por uso se entiende aquella utilización que no gasta el bien, el disfrute es la obtención de rendimientos y la disposición es la modificación o enajenación del bien.

Los derechos de propiedad son fundamentales en economía y son la norma básica sobre la que se asienta todo. Si no existiese una norma social sobre quién tiene el control sobre cada bien serían imposibles el comercio, el ahorro, la inversión, incluso el consumo de una manzana sería conflictivo. En los casos en los que la propiedad no es clara, o es compartida entre más de uno, hace falta llegar a multitud de acuerdos sobre la utilización del bien. En palabras de Aristóteles: “Nadie se preocupa por lo que de todos es”.

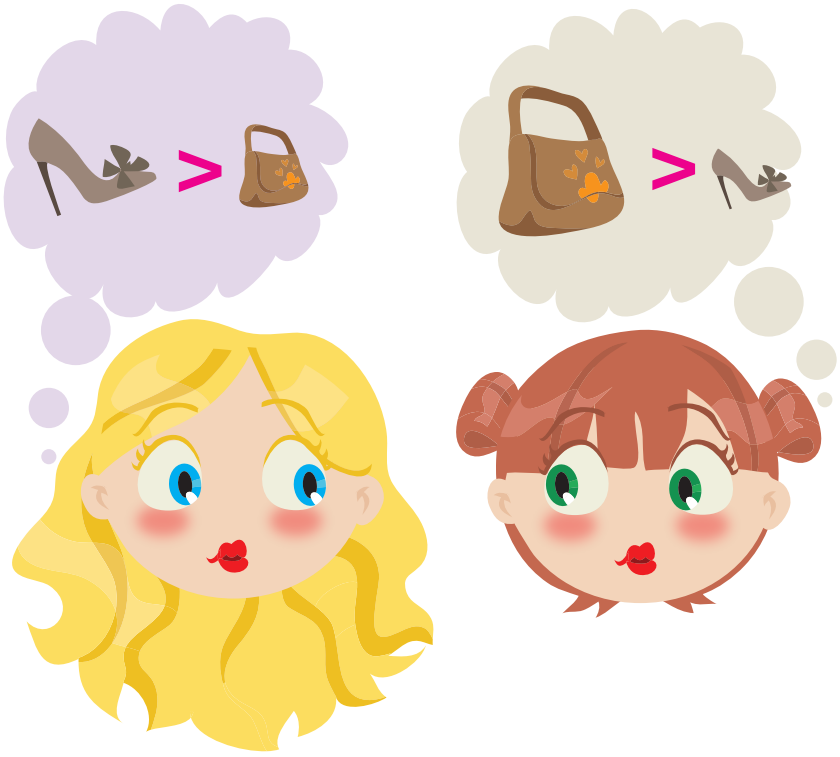


Intercambio Directo o Trueque

El trueque es la forma más sencilla de intercambio, consiste en la entrega de un bien por otro. Para que un intercambio tenga sentido economicamente hacen falta dos elementos. Primero: los bienes a intercambiar han de ser diferentes.

Segundo: ambas partes deben valorar más lo que reciben que lo que dan a cambio. Por supuesto recordemos que el valor de los bienes es subjetivo y que está sujeto a la ley de Utilidad Marginal decreciente.

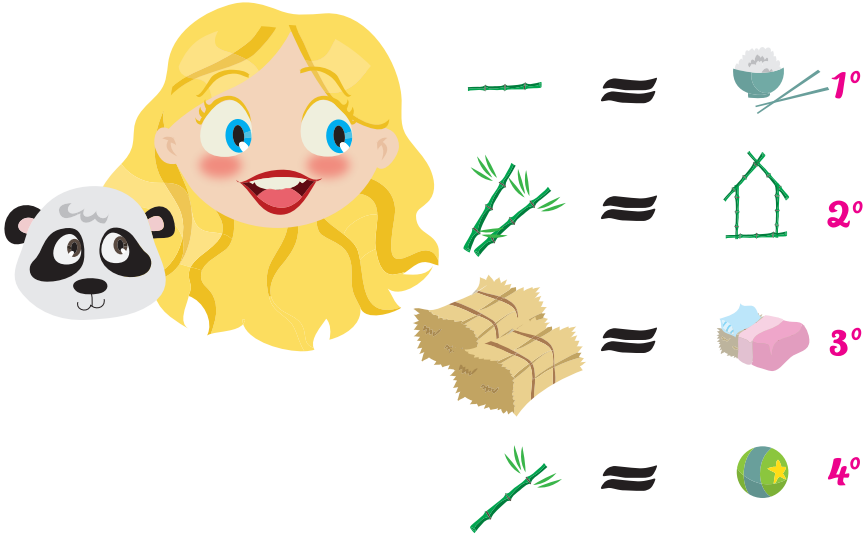
En un intercambio voluntario las partes siempre preferirán lo que reciben a lo que dan para esa cantidad discreta.



Cada una valora más, lo que recibe que lo que da

Recordemos a Meri y su osito panda. Meri sigue recogiendo bambú, y de repente descubre que tiene una vecina: Annie, que también tiene una mascota, un pony. Mientras Meri aprendía a cortar bambú y fabricaba herramientas para hacerlo más rápido y con menos esfuerzo, Annie había estado aprendiendo a segar heno para alimentar a su pony, y ha fabricado una guadaña para hacerlo más rápido. Claro que Meri también puede segar heno (a mano) y Annie cortar bambú. Pero ambas realizan su especialidad mucho mejor que la otra, por lo que su capacidad de producción puede resumirse asi:

Escala de preferencias de Meri



Además ambas tienen distintas preferencias sobre qué uso dar a cada recurso. Su escala de preferencias más inmediata puede verse resumida en la ilustración. Si Meri y Annie se dedican cada una a lo que mejor hacen, en un día tendrán:

Meri: 5 x bambú.
Annie: 5 x heno.

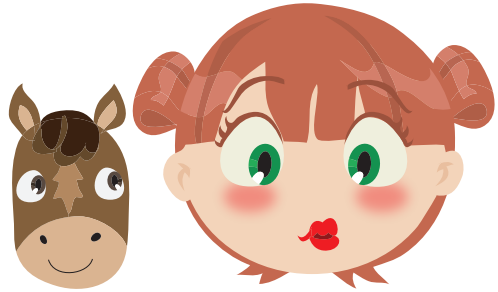
Mientras si ambas intentasen hacer las dos cosas tendrían mucho menos. Pero, ¿querrán intercambiar heno por bambú? ¿Saldrían ganando?

Veamos el ejemplo de Meri. Una vez gastado 3 x bambú en sus prioridades más urgentes (comida y casa) le quedan 2 x bambú que podría gastarse en hacer juguetes para su oso, pero prefiere darle una cama de heno para que este cómodo.

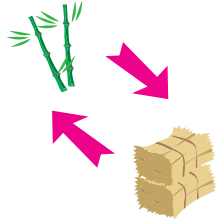
Annie mientras tanto, tras dar de comer a su pony (2 x heno) podría gastarse el resto (3 x heno) en una cama, pero prefiere un abrevadero de bambú para dar de beber a su amigo sin tener que ir hasta el río.

Si cambiasen 2 x bambú por 2 x heno Meri tendría su cama y Annie su bebedero. Ambas saldrían ganando habiendo conseguido satisfacer las necesidades que para ellas eran más importantes.

¿Y qué pasaría si por un golpe de suerte Annie encontrase un montón de heno ya segado y tuviese 10 x heno? Podría hacer también su cama y le quedarían 8 x heno para cambiar. Pero ¡Meri ya no necesita más heno! De hecho quiere más bambú para hacer juguetes. Ya no hay un intercambio en el que ambas partes ganen.Claro que si son amigas, Meri podría regalarle bambú a Annie, sobre todo si le sobra. Pero el primer intercambio se llevaría a cabo aunque se cayesen mal. Ya lo dijo Adam Smith “No es de la benevolencia del carnicero... que esperamos nuestra cena, sino de su propio interés”. Gracias al comercio, auténticos desconocidos pueden ayudarse y cooperar.

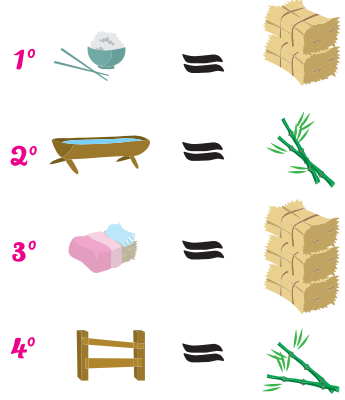


Si Meri cambia 2 x bambú por 2 x heno podrá tener su cama



Si Annie cambia 2 x heno por 2 x bambú podrá tener su bebedero

Escala de preferencias de Annie



Intercambio Indirecto

A medida que aumenta el numero de personas que participan en un mercado, aumenta la complejidad del intercambio. No siempre la persona que tiene lo que quiere Meri, querrá algo que ella tiene.

Meri y Annie descubren que tienen otra vecina: Katie. Katie tiene un huerto que cuida con mucho mimo y al que le dedica todo sus ratos libres. En el huerto de Katie, entre otras cosas, crecen zanahorias, y resulta que al pony de Annie le encantan las zanahorias.

Cuantas más personas participan, más difícil es el intercambio directo

Lo que Katie quiere mas urgentemente es bambú para hacer una valla que proteja su huerto del mal tiempo y de las cabras salvajes que mordisquean sus plantas.

Meri tiene mucho bambú, pero realmente no quiere zanahorias para nada, de hecho no le gustan ni a ella ni a su oso panda. Lo que si quiere es más heno. La solución más sencilla es el intercambio indirecto: Annie puede intercambiar heno por bambú con Meri y despues cambiar bambú por zanahorias con Katie. Así todas tendrían lo que quieren.

El Dinero

Como acabamos de ver, a mayor complejidad más difícil es encontrar a dos personas que quieran intercambiar directamente. Como ya vimos al estudiar la utilidad marginal, las valoraciones se realizan sobre cantidades discretas y muchas veces es difícil medir o comparar bienes muy distintos: ¿cuántas manzanas vale un coche? ¿cuántos coches vale una casa? ¿cuántos zapatos vale un armario? No solo nos encontramos con que cada una de estas cosas tienen un valor distinto para cada persona, sino que además a lo mejor ni siquiera las quieren, como vimos antes con Meri y las zanahorias.

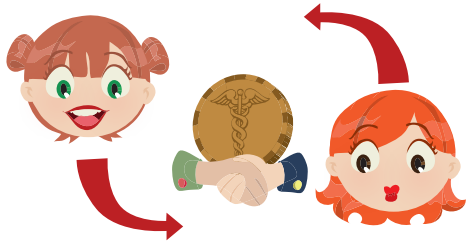
El dinero nos permite valorar distintos bienes en la misma unidad.

La solución en estos casos es encontrar un bien que todo el mundo quiera y utilizarlo como unidad de intercambio y de medida. En el capítulo anterior vimos como a las tres vecinas les sirve el bambú. En ese caso es la elección fácil y lógica.

Pero imagina que Meri, en vez de tratar con dos vecinas, tuviese que negociar con todo un pueblo de cientos de personas para comprar todo tipo de cosas... ¡Seguro que muchos no querrían bambú! Lo mas práctico sería encontrar algo valioso para todo el mundo, que ocupase poco espacio y fuese fácil de transportar, dividir y contar. Además, si no se estropease en mucho tiempo, lo podría utilizar para ahorrar.

A lo largo de la historia se ha experimentado con muchas cosas que utilizar como medio de intercambio: tabaco, camellos, gallinas, conchas, piedras, arroz... siempre buscando algo que cumpliese tres funciones principales:

1 Medio de intercambio
2 Unidad de cuenta
3 Reserva de valor



Intercambio

Ahorro

Cálculo

Claro que algunas cosas cumplen estas funciones mejor que otras. Es difícil “ahorrar” una gallina muchos años o dividirla en unidades más pequeñas. Para que algo sea buen dinero, o una buena moneda, suele buscarse que sea homogéneo, divisible y medible.

Cada parcela de tierra, cada diamante o cada gallina es distinta de otras (no son homogéneas). No son fáciles de partir en unidades mas pequeñas y a menudo son difíciles de medir o transportar. Todas estas cosas se han utilizado como dinero en el pasado. ¡Y que no se nos olvide! la utilidad marginal es decreciente, por lo que si un bien es abundante, sencillo de replicar y falsificar, ni será muy valorado, ni cumplirá bien la función de conservar su valor.

Por eso los metales preciosos han sido tan ampliamente utilizados como dinero a lo largo de la historia. El Dinero es una herramienta muy útil, pero solo es tan útil como las funciones que cumple y lo bien que las cumple.

Si Meri no puede utilizar el bambú como medio de intercambio en el pueblo, buscará otra cosa que la gente quiera. Si Katie no puede conservar valor en zanahorias o si Annie encuentra muy engorroso e impreciso usar montones de heno como unidad de cuenta, buscarán algo mejor.

Algunas cosas son mejor dinero que otras

El buen dinero es el que tiene todas las siguientes 7 propiedades:

Difícil de falsificar

Escaso

Fácil de almacenar

Divisible

Fácil de transportar

Homogéneo

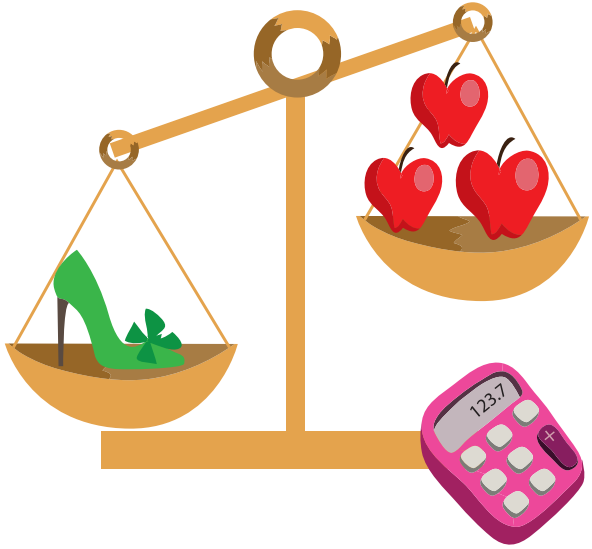
Duradero

Precios

Los precios son el mecanismo que permite realizar cálculos económicos complejos. Una vez que se tiene una unidad de medida común (dinero) con la que comparar el valor de distintos bienes, podemos comenzar a calcular el valor de los bienes intermedios, factores de producción y bienes de capital.

Al contrario de lo que muchas veces se piensa, no son los precios de los bienes de producción (costes) los que determinan el precio de los bienes de consumo, es precisamente al revés, son los precios a los que se venden los bienes de consumo los que determinan cuanto estarán dispuestos a pagar los productores por los factores de producción.

Los precios nos permiten realizar cálculos económicos



El precio de los bienes de consumo nunca se sabe, hay que descubrirlo mediante un proceso de ensayo y error para adecuarlo a la demanda del consumidor, a los gustos cambiantes y a las alternativas disponibles.

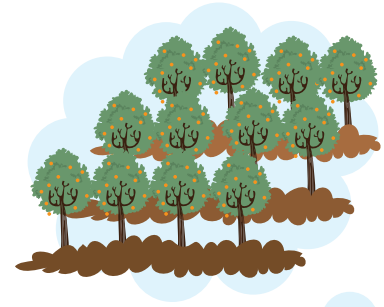
Por ejemplo, Meri monta un puesto de venta de zumo de naranja. El primer día intenta vender cada vaso de zumo por 5$, y descubre que a ese precio muy pocas personas lo compran. Al final del primer día le sobra zumo. El segundo día ofrece su zumo a 1$ por vaso, pero ¡tiene tanto éxito y vende tanto que se queda sin zumo en pocas horas y tiene que irse a casa!

El tercer día decide cobrar 2$ por vaso, y aunque vende menos, al final del día lo ha vendido casi todo.

Demasiado caro y nadie compra, demasiado barato y en seguida se acaba el zumo.

Visto su exito, Meri decide ampliar el negocio... Pensando que a 1$ por vaso puede vender 50 vasos, decide hablar con su vecino Tony, que tiene un huerto de naranjas, para comprarle 20 kilos de naranjas (suficiente para hacer 50 vasos de zumo).

¿Cuánto estará Meri dispuesta a pagar por los 20 kilos? Como explicamos antes, el precio de los factores de producción dependerá del precio final de los bienes de consumo que con ellos se produzcan. Meri nunca pagará más de 50$ por 20 kilos de naranjas si no piensa que pueda vender el zumo por más. Da igual lo que le haya costado a su vecino cultivar los naranjos.



Meri no pagará más de 50 $ por 20Kg de naranjas si piensa vender zumo a 1$ el vaso.

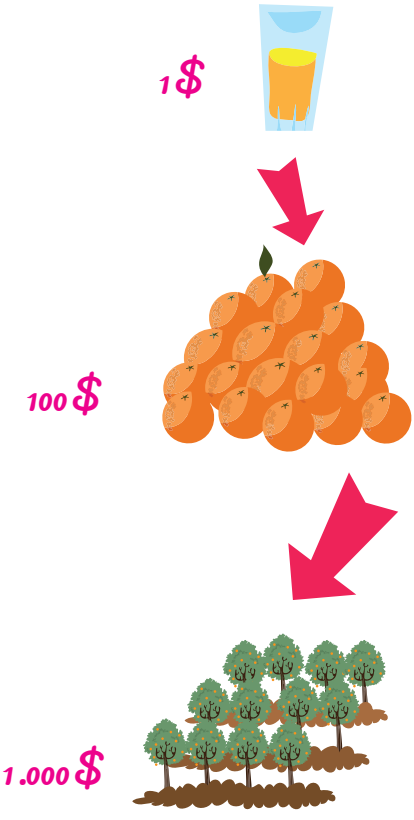
A su vez el precio que Tony estará dispuesto a pagar por la tierra (y los naranjos), dependerá directamente de por cuánto vende las naranjas e, indirectamente, de por cuánto vende Meri su zumo. Así, los precios transmiten información, en este caso sobre la demanda de zumo, hacia arriba por la pirámide de producción. En un mundo muy complicado en el que la tecnología, los gustos, el clima... están en constante cambio, el proceso de descubrimiento de precios es constante. Cuando un bien de consumo complejo, como un coche, depende de miles de piezas que a su vez dependen de miles de materias primas producidas por todo el mundo por cientos de miles de personas.. la labor de coordinación de los precios y la cantidad de información que estos transmiten es enorme, a la vez que ayudan a simplificar muchísimo.

El fabricante de grúas no necesita saber por cuánto se vende la casa que se construirá con ellas. Le basta con saber por cuánto podría vender las grúas. No olvidemos el valor subjetivo y la utilidad marginal.

Los consumidores de zumo estarán dispuestos a pagar precios distintos según el calor y la sed que tengan, lo lejos que estén de otra alternativa, etc... y por supuesto no valorarán tanto el quinto vaso, como el primero.

Es el valor del bien de consumo el que da valor a los bienes de producción y a los bienes de capital.

No es el coste el que determina el precio del bien de consumo.



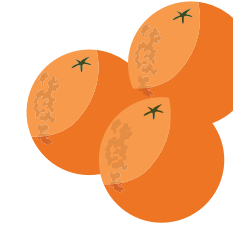
Competencia

En el capítulo anterior vimos cómo el precio que Meri empresaria puede cobrar por su producto depende principalmente de la demanda del mismo. Es decir, de cuánto están dispuestos a pagar los consumidores por él. Teniendo siempre en cuenta que al escoger algo, renuncian a otra cosa, dada la escasez. Sin embargo, lo más normal es que Meri tenga además que tener en cuenta la competencia de otras personas y de otros productos. Es decir que no sólo importa la demanda del producto, sino la oferta del mismo.

La competencia obliga a Meri a bajar los precios o mejorar su producto.

Siguiendo con nuestro ejemplo del capítulo anterior, Meri empresaria ha tenido tanto éxito con su puesto de zumos que ha expandido su negocio y ha montado una tienda de zumos. Todo le augura un futuro brillante. Meri ha dado con el equilibrio, encontrando un precio al que vende casi toda su producción con un buen margen. Sin embargo, al ver su éxito, su amiga Annie decide montar su propia tienda de zumos. Y no sólo eso, sino que, como oferta de lanzamiento los vende más baratos que Meri.

Ahora, los clientes de Meri, no sólo pueden escoger entre su zumo y el de Annie, sino que tienen la opción de beber zumo más barato a pocos pasos de su tienda. No sólo eso, ahora los proveedores de Meri pueden también escoger entre venderle a ella o a Annie. Meri no sólo tiene que competir por los clientes, sino por sus materias primas. La existencia de un competidor tenderá, en igualdad de condiciones, a presionar a la baja los precios del producto y a presionar al alza los precios de los factores de producción. Meri sale perjudicada, pero tanto los consumidores como otros productores se benefician.



La competencia presiona a la baja el precio del producto y al alza el precio de los factores de producción

Además la existencia de competencia hará que Meri intente mejorar su producto, usando la imaginación para ofrecer zumos mejores, originales y deliciosos para que sus clientes prefieran su tienda de zumos a la de Annie. Si su zumo es lo suficientemente bueno ¡A lo mejor incluso le haga una oferta Annie y lleguen a un acuerdo para vender su zumo en ambos establecimientos!

Al fin y al cabo, Meri lleva tiempo haciendo zumo y sabe todos los secretos para hacerlo delicioso, mientras que Annie tiene poca experiencia y por barato que sea su zumo, poca gente querrá pagar por un zumo amargo. Pase lo que pase, ya sea el zumo de Annie mejor o peor que el de Meri, la existencia de alternativas sólo puede ser buena para los consumidores, en definitiva ¡Nadie les obliga a beber un zumo u otro!

Los consumidores se benefician de una mayor y más variada oferta

Pérdidas y Ganancias

Meri empresaria puede tener muchos objetivos cuando monta su negocio: la ilusión de crear, el gozo del trato con sus clientes, el orgullo de fabricar un producto de gran calidad, la satisfacción que dan los logros. Pero para que su actividad sea un negocio, o por lo menos para que sea un negocio sostenible, debe ser rentable. Las Pérdidas y Ganancias son la medida del éxito en la actividad empresarial, la señal de que se está creando valor.

Meri estudia para ampliar su negocio

Como ya vimos anteriormente, el valor es subjetivo y son los consumidores los que le dirán a Meri no sólo si valoran o no su producto, sino aún más importante, cuánto. La pregunta a la que responde la cuenta de resultados de una empresa arrojando pérdidas o ganancias es muy sencilla: ¿valora más la sociedad el producto que los factores de producción empleados en su creación? Los consumidores votaran con su dinero todos los días para responder a esta pregunta, y si Meri es una buena empresaria escuchará su mensaje.

Recordemos que Meri ha necesitado Tierra, Trabajo y Capital para fabricar su zumo, y cada uno de estos factores tiene un valor y un coste...

El tiempo, el esfuerzo y los materiales utilizados por Meri, deben valer menos que su producto para que su negocio obtenga beneficios

No sólo en el pasado sino también en el futuro, si Meri quiere seguir haciendo zumo tendrá que volver a incurrir en esos costes. Pero la labor de Meri es un poco más complicada, la mayoría de los factores de la ecuación son desconocidos y la empresaria tendrá que estimarlos, adivinarlos casi, y más adelante irá corrigiendo sus estimaciones según vaya obteniendo datos reales: la demanda de zumo, el precio que están dispuestos a pagar los consumidores, el tiempo y trabajo que llevará fabricarlo, el alquiler de su tienda, el precio de las naranjas, y un largo etc...

Además, tendrá que calcular en el tiempo. En el negocio del zumo, la diferencia es de días desde que se recogen las naranjas hasta que Meri las exprime y vende su zumo, pero en otros negocios, el periodo de producción se alarga meses o años y pueden cambiar muchas cosas en ese tiempo.

Meri tendrá que estimar muchos factores

Después de su éxito repartiendo vitaminas y refrescando a sus vecinos, Meri decide lanzarse al negocio de la moda. Meri y su socia Mika diseñan una maravillosa colección de ropa de primavera, compran tejidos, contratan a una modista, contactan con tiendas para que vendan su ropa y organizan desfiles para que sus potenciales clientes puedan admirar sus bellos diseños.

Durante los meses que están preparando su colección de moda sin vender nada, las dos amigas muy meticulosamente anotan todos los gastos incurridos e intentan calcular por cuánto tendrán que vender sus vestidos para recuperar lo gastado. Por simplificar, no entraremos en ninguna complicación contable, ni en tipos de gastos, ni deudas, ni otras miles de pequeñas cosas que son normales en los negocios.

Digamos tan sólo, que Mika y Meri han gastado un total de 1000$ en lanzar su pequeña colección de moda y que por lo tanto necesitan vender 10 vestidos a 100$ cada uno para recuperar lo invertido.

Meri y Mika deben vender 10 vestidos para ganar

Meri y Mika han cosido 20 vestidos, pensando que si consiguen venderlos todos ingresarán 2000$. Por lo tanto, los resultados de este negocio pueden variar desde unas pérdidas de 1000$, hasta unas ganancias de 1000$, según vayan las ventas.

Como vemos, en todo negocio se corren riesgos. Un error en la estimación de la demanda podría llevar a que Meri no consiga vender ni un solo vestido. Por ejemplo, si se equivoca con el color de moda dentro de tres meses, o no cuenta con que la competencia venderá vestidos muy parecidos por 80$ en vez de por 100$. Puede acertar con los gustos de los consumidores y equivocarse al estimar los costes.

Meri y Mika pueden ganar 1.000$ o perder 1.000$ según vayan las ventas

Ventas	Ingresos	Costes	P/G
0	0	-1000	-1000$
5	500	-1000	-500$
10	1000	-1000	0
15	1500	-1000	+500$
20	2000	-1000	+1000$

Las ganancias permitirán lanzar una nueva colección

Si todo sale bien y las dos amigas venden toda su producción, no sólo se verán recompensadas por su esfuerzo, sino que además, gracias a sus beneficios, tendrán suficientes fondos para lanzar su siguiente colección y esta vez coser 50 vestidos en vez de 20. Las ganancias empresariales no sólo transmiten información, en este caso el mensaje es que a las compradoras les gustan los diseños (y los precios) de Meri y Mika, sino que además conllevan un incentivo o recompensa a quien acierta, y proporcionan los medios para crecer a los negocios con éxito. De esta forma los empresarios profundizan en las buenas ideas y desisten de las malas.

Conclusión

Eso sí, no hay que confundir los gustos y valores del empresario con los del mercado, recordemos que el **valor es subjetivo** y la valoración que se desprende de las ventas de vestidos de Meri es la valoración de sus compradores, no necesariamente las de Meri. Quizás a Meri le hubiese encantado hacer todos sus vestidos amarillos, pero sabiendo que sus clientas los preferían rojos se decidió por este color.

Tampoco olvidemos que la **utilidad es marginal**: Las clientas satisfechas de Meri no volverán a pagar lo mismo por otro vestido igual, así que Meri tendrá que crear diseños nuevos y rebajar el precio de los antiguos más adelante. Además, el éxito de Meri atraerá **competencia,** y otras tiendas pueden intentar vender lo mismo a menor **precio**. Todo negocio tiene su **coste de oportunidad**. Mientras se dedica a la moda, Meri ha tenido que abandonar su tienda de zumos. Si no hubiese sido por su anterior negocio, Meri no habría podido **ahorrar** y acumular el **capital** necesario para acometer este proyecto, los 1000$ en costes ha tenido que adelantarlos antes de vender un solo vestido. Sin derechos de **propiedad** sobre sus ahorros y sus vestidos nunca hubiese podido existir su empresa, y sin **dinero** como medio de pago, no sólo habría tenido que recurrir al **trueque** de vestidos por otros **bienes**, sino que además hubiese sido imposible calcular las **pérdidas y ganancias**, y mucho más difícil ahorrar previamente. ¡Hubiese tenido que ahorrar en naranjas! Tendría que comparar naranjas, telas y vestidos con los zapatos, canciones, cortes de pelo, manzanas, huevos y demás bienes y servicios que recibiese a cambio, intentando adivinar de alguna manera si esa cesta de bienes y servicios vale más que los vestidos vendidos. ¿Cómo se le restan 3 naranjas a 4 canciones?

La economía nos ayuda a responder a estas preguntas y a entender como las personas actúan y se relacionan, como valoran las cosas y sobre todo cómo toman decisiones y escogen entre las alternativas disponibles.

En esta pequeña introducción, hemos intentado resumir y explicar algunos conceptos básicos. Con ello esperamos animaros a profundizar más en esta ciencia tan interesante y práctica.

Lecturas

Para Rubias curiosas:

La Economía en una lección, 1946, **Henry Hazlitt**
¿Qué le ha hecho el gobierno a nuestro dinero?, 1963, **Murray, N. Rothbard**
La Inflación del Dinero Fiat en Francia, 1896, **Andrew Dickson White**
El Misterio de la banca, 1983**, Murray, N. Rothbard**
Cómo crece una economía y por qué se derrumba, 2010, **Peter D. Schiff**
Las aventuras de Jonathan Gullible, 1995, **Ken Schoolland**
Lo que vemos y lo que no vemos, 1850, **Frédéric Bastiat**
Yo, el lápiz, 1958, **Leonard E. Read**

Para Rubias estudiosas:

La Acción Humana: Tratado de Economía, 1940, **Ludwig von Mises**
Principios de Economía Política, 1871, **Carl Menger**
Capital e Interés, 1884, **Eugen von Böhm-Bawerk**
Individualismo y orden económico, 1948, **Friedrich A. Hayek**
Precios y Producción, 1932, **Friedrich A. Hayek**
El Hombre, la Economía y el Estado, 1962, **Murray, N. Rothbard**
Los Errores de la Vieja Economía, 2012**, Juan Ramón Rallo**
Dinero, crédito bancario y ciclos económicos, 1998, **Jesús Huerta de Soto**
Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero, 1936, **J.M. Keynes**
La Riqueza de las Naciones, 1776, **Adam Smith**
El Capital, 1867, **Karl Marx**
De la Alteración de la Moneda, 1609, **Juan de Mariana**
Capitalismo y Libertad, 1966, **Milton Friedman**